

DAPP REPORT

A SEMANA NAS REDES

Debate político

Nas 72h posteriores à eleição, Bolsonaro manteve liderança expressiva no Twitter, com 6,6 milhões de menções, sobre Haddad, com 2,3 milhões.

Volta da polarização

Mapa de interações com 5,9 milhões de retuítes mostra retomada da polarização política e reacomodação dos grupos não alinhados.

Bolsa Família

Debate econômico é impulsionado por referências ao Bolsa Família, eixo da disputa pelo eleitorado mais pobre e do Nordeste.



Expediente

FGV DAPP

Diretoria de Análise de Políticas Públicas | Fundação Getulio Vargas

DIRETOR

Marco Ruediger



As manifestações expressas por integrantes dos quadros da Fundação Getulio Vargas, nas quais constem a sua identificação como tais, em artigos e entrevistas publicados nos meios de comunicação em geral, representam exclusivamente as opiniões dos seus autores e não, necessariamente, a posição institucional da FGV.

O DAPP Report é uma publicação sem vinculação política ou partidária, produzida pela Diretoria de Análise de Políticas Públicas da Fundação Getulio Vargas (FGV DAPP), que tem o objetivo de disponibilizar uma análise do cenário político brasileiro a partir do debate público nas redes sociais.

As análises produzidas neste Report não visam representar pesquisa eleitoral, e sim aferir a percepção social, no ambiente digital, acerca de temáticas da agenda pública, tais como atores políticos e pautas de políticas públicas. Portanto, não autorizam o seu uso para finalidades políticas, partidárias ou endosso de posições particulares. Mais informações acerca deste trabalho podem ser acessadas em dapp.fgv.br/observa2018/metodologia.

A metodologia de análise de redes sociais desenvolvida pela FGV DAPP e aplicada a este relatório pode ser aferida na publicação "Nem tão #simples assim: o desafio de monitorar políticas públicas nas redes sociais", em http://dapp.fgv.br/observa2018/wp-content/uploads/2018/06/nem_tao_simples_assim_fgvdap_p.pdf

Sumário-Executivo

- Primeiro turno da eleição foi o evento político de maior participação do Twitter nos últimos anos, com 8,8 milhões de tuítes sobre os 13 candidatos entre sábado e domingo. De segunda-feira até ontem (quarta), Bolsonaro teve 6,6 milhões de tuítes e Haddad, 2,3 milhões;
- Nos últimos sete dias, Haddad e Bolsonaro mobilizaram cerca de 17 milhões de menções; 15,1 milhões abordam o candidato do PSL, 4,17 milhões o petista;
- Com 5.937.878 retuítes, mapa de interações mostra retomada da polarização entre campos de Bolsonaro e de Haddad. No entanto, grupo sem posicionamento partidário é o que reúne mais perfis;
- No Facebook, foram verificadas 17,5 milhões de interações nas páginas oficiais de Bolsonaro e Haddad – volume quase 10% superior ao do engajamento de todos os presidenciáveis na semana anterior;
- Resultado do primeiro turno impulsiona menções no debate econômico, especialmente sobre a mudança de posicionamento de Bolsonaro sobre o Bolso Família.

1. O debate sobre os candidatos

O primeiro turno da eleição presidencial foi o evento político de maior participação do Twitter nos últimos anos. Entre sábado, 06 de outubro, e domingo (07), foram identificados 8,8 milhões de tuítes sobre os 13 candidatos, com expressiva vantagem de Jair Bolsonaro e um crescimento no desempenho de Ciro Gomes, que aqueceu consideravelmente presença na rede às vésperas do pleito, mas não se configurou efetivamente em votos. De segunda (08) a quarta (10), no entanto, foram registradas 6,6 milhões de menções a Bolsonaro e 2,3 milhões a Haddad, que retomam os lados da polarização nas redes, em confronto no segundo turno.

Com o recomeço da campanha, o candidato do PSL persiste com volumes muito superiores aos do oponente, com base mais bem estabelecida de apoio nas redes, tanto no Twitter quanto no Facebook. **Bolsonaro tem apresentado média de 2,7 milhões de citações/dia no Twitter, desde o domingo, e Haddad, uma média de 800 mil menções.** O deputado federal do PSL já se estabeleceu como o foco do debate tanto em grupos favoráveis quanto em

oposição, e Lula continua com relevante papel nas discussões, enquanto Haddad persiste longe de conseguir essa centralidade, apesar do maior engajamento na web de eleitores do PT de torná-lo independente.

Nessa condução da agenda, espera-se para as próximas semanas uma maior pulverização do debate temático, ainda muito concentrado em corrupção e segurança pública, para além da economia. Outra questão proeminente foi a violência contra cidadãos, pós-primeiro turno, e a discussão sobre ofensas de teor moral e preconceitos, que se aproximam de uma agenda identitária, que exerceu muita força desde o começo da campanha. Educação e saúde, pelo menos por enquanto, continuam marginais no debate da web.

1.1 Mapa de interações no debate via Twitter

De segunda (08) a quarta-feira (10), foram coletados **8.514.535 tuítes e 6.212.723 retuítes sobre a disputa presidencial**. Identificados de acordo com a metodologia da **FGV DAPP**, 3.380 perfis automatizados, que geraram 274.845 interações, foram excluídos. A partir dos 5.937.878 retuítes que restaram, é possível observar quatro principais grupos em debate.

Mapa de interações sem robôs sobre os presidenciais 5.937.878 retuítes | data de análise: 08.out a 10.out

Grupo Vermelho 23,9% dos perfis

Base de apoio de Fernando Haddad.
Inclui o perfil de Fernando Haddad

Grupo Rosa 41,3% dos perfis

Contrário a Jair Bolsonaro e em favor de valores progressistas.

Grupo Azul 19,5% dos perfis

Base de apoio de Jair Bolsonaro.
Inclui o perfil de Jair Bolsonaro

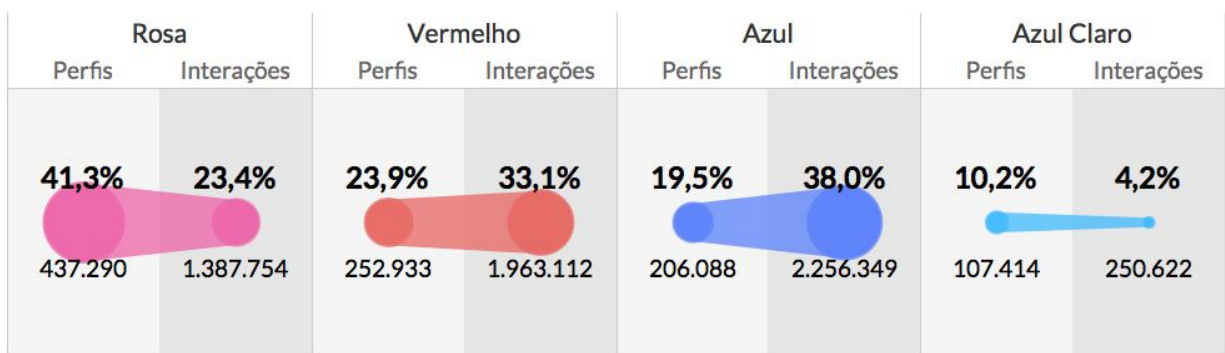
Grupo Azul Claro 10,2% dos perfis

Contrário ao PT e a favor do combate à corrupção.

Outros
5,1%

Fonte: Twitter | Elaboração: FGV DAPP

FGV DAPP



Grupo rosa

O grupo (41,3% dos perfis e 23,4% das interações) critica o discurso de Jair Bolsonaro e culpa sua retórica pelos recentes ataques violentos que vêm ocorrendo com minorias e apoiadores do movimento #elenão desde o resultado do primeiro turno. Os perfis também falam sobre os possíveis riscos que a vitória de Bolsonaro representaria, segundo eles, para a democracia. Aparecem, ainda, lamentações sobre o fato de Ciro estar fora da corrida.

Grupo vermelho

Com alinhamento político à esquerda, o grupo (23,9% dos perfis e 33,1% das interações) apoia Haddad, que é o seu principal influenciador. Os dois tuítes mais populares são do candidato, afirmando que Bolsonaro não pode “se esconder em rede social”, e criticando o adversário por não se comprometer a lutar contra notícias falsas. O grupo também critica os recentes ataques violentos, e diz que é fácil escolher entre a democracia e o fascismo.

Grupo azul

O grupo que apoia Bolsonaro (19,5% dos perfis e 38% das interações) também tem o candidato do PSL como principal influenciador. O principal tuíte do grupo é de Bolsonaro, que critica a suposta proposta de Haddad de soltar criminosos. O candidato também se defende das acusações de que incentiva desigualdade salarial de gênero e questiona por que o PT não resolveu essa questão em seus 15 anos de governo. O grupo também afirma que o PT seria uma facção criminosa e critica Haddad por oferecer um acordo contra notícias falsas e, no dia seguinte propagar “mentiras descaradas”.

Grupo azul claro

O grupo (10,2% dos perfis e 4,2% das interações) é parcialmente composto por perfis que, até o primeiro turno, apoiavam o candidato do Novo, João Amoêdo. O grupo também defende Bolsonaro, ainda mais por uma oposição ao PT do que por convicção no próprio candidato. Os perfis dizem que nem todos podem gostar de Bolsonaro, mas não admitem que se vote em um candidato do PT por conta da corrupção.

1.2 Contas automatizadas

Durante os últimos três dias, foram identificadas 3.380 contas automatizadas, a maior parte delas nos grupos vermelho e azul, que apresentam um apoio mais destacado a Haddad e a Bolsonaro, respectivamente. Apesar disso, o grupo rosa também apresentou quantidade relevante de contas automatizadas (697), que, no entanto, não foram muito ativas, tendo gerado apenas 4,4% das interações totais de robôs (12.068 interações).

Enquanto o grupo azul apresentou 1.160 contas automatizadas, no grupo vermelho foram encontradas 1.203. No entanto, quando observadas as interações geradas pelos robôs, nota-se que eles foram mais ativos no grupo de apoio a Bolsonaro. O grupo azul apresentou 177.810 interações envolvendo contas automatizadas, 64,7% do total de interações ilegítimas encontradas. Já o grupo vermelho teve 79.870 interações automatizadas, que correspondem a 29,1% das interações totais dos robôs.

1.3 O debate geral no Twitter

No Twitter, a definição de um segundo turno entre Haddad e Bolsonaro aqueceu a discussão, mobilizando cerca de 17 milhões de menções aos dois presidenciáveis entre 04 e 10 de outubro. Bolsonaro é citado em 15,1 milhões de tuítes — 59% a mais que na semana anterior. Já o candidato do PT aparece em 4,17 milhões de registros, número menos expressivo que o do oponente, mas que representa crescimento mais pronunciado: 131% na comparação com a última análise.

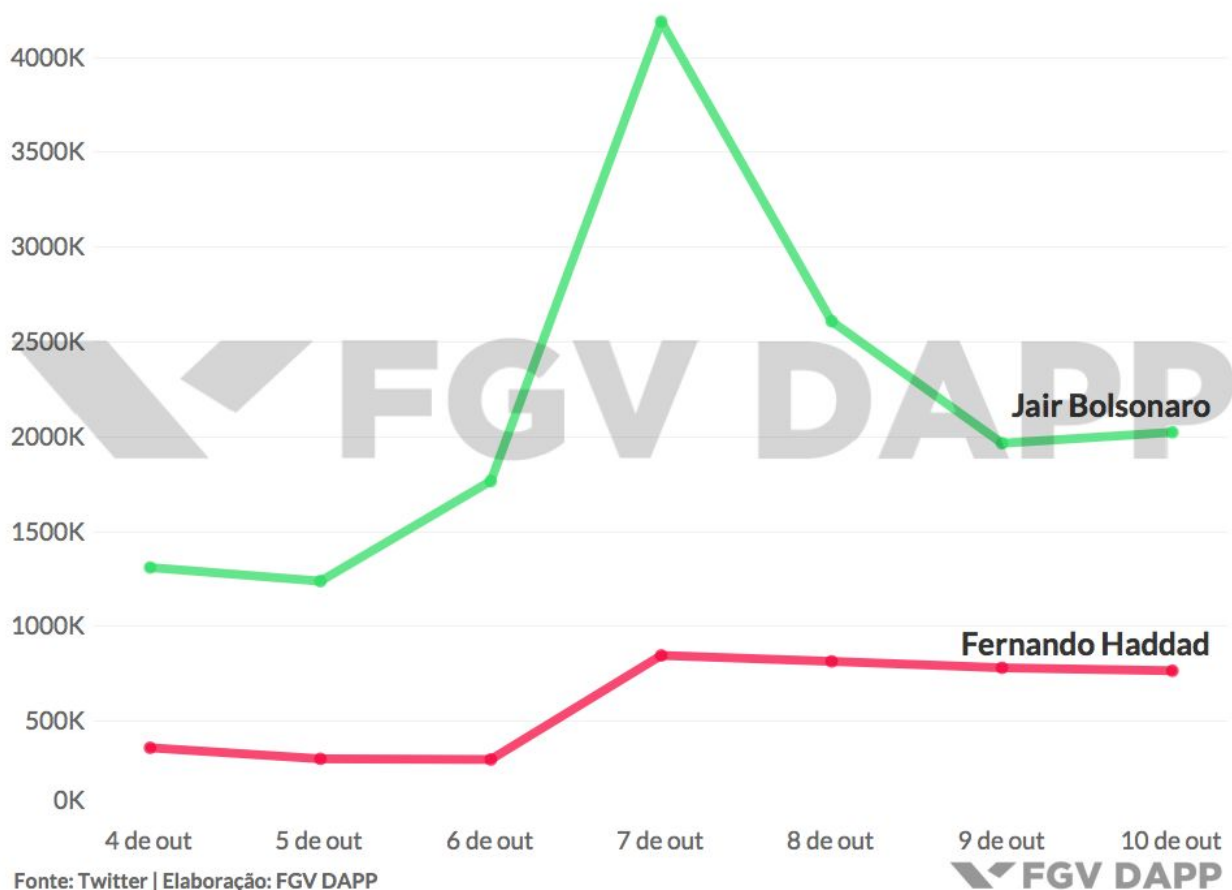
Ambos os candidatos registraram pico de referências no domingo (07), após intenso crescimento desde a véspera da votação do primeiro turno. Após o ápice, no entanto, o padrão de menções se modifica: enquanto o candidato do PSL registra queda, Haddad segue bastante estável.

As principais publicações relacionadas a Bolsonaro se dividem entre queixas e comemorações ao volume de votos recebidos pelo candidato. Entre tuítes de apoio, há muitas referências a supostas fraudes em urnas eletrônicas, que endossam a afirmação do presidenciável de que teria sido prejudicado pelas falhas nos equipamentos.

Por outro lado, mensagens críticas destacam o tom “bélico” do ex-capitão, que incitaria, segundo tais usuários, casos de violência contra eleitores da esquerda. Bolsonaro é associado, nesses tuítes, à intensificação do discurso de ódio contra minorias; fala-se do medo de que, se eleito, ele reduza direitos desses grupos ou, ainda, instaure um governo autoritário/ditatorial. Ainda no

campo da postura “violenta” do candidato, há críticas a vídeos publicados por seus apoiadores em que eleitores usam armas para registrar o voto.

Evolução de menções no Twitter aos presidentiáveis - 04.out a 10.out



Já Haddad é, novamente, questionado por sua relação com Lula, em tuítes majoritariamente negativos. Parte destas publicações retoma, em tom de ironia, a frase utilizada em sua campanha — “Haddad é Lula” — para dizer que a suposta tentativa de descolamento entre o candidato e o ex-presidente, atribuída a uma estratégia para reduzir sua rejeição para o segundo turno, seria uma forma de “enganar” o povo brasileiro.

Menções positivas apontam para a atuação de Haddad à frente da prefeitura de São Paulo e para a disposição do candidato para o debate, principalmente após o início dos rumores de que Bolsonaro continuará não participando das sabatinas no segundo turno. Apoiadores publicaram tuítes que destacam, ainda, o trabalho do petista no Ministério da Educação e sua formação como docente como argumentos para o voto no presidentiável. No entanto, tais mensagens são fortemente criticadas por opositores, que atribuem a “crise” da educação à gestão petista e afirmam que Haddad teria criado o “kit gay”.

1.4 O debate no Facebook

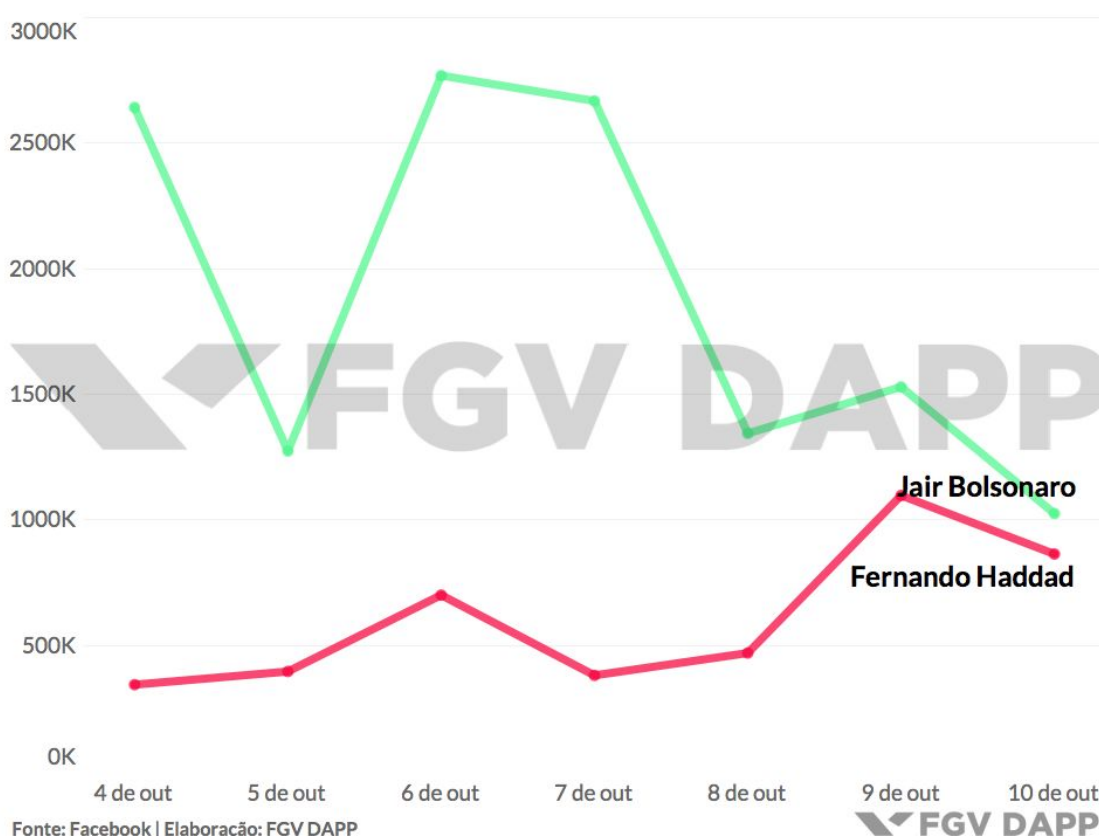
Nos últimos sete dias, foram verificadas 17,5 milhões de interações, entre compartilhamentos, reações e comentários, nas páginas oficiais de Bolsonaro e Haddad — volume quase 10% superior ao do engajamento de todos os presidentiáveis na semana anterior. O pico de interações na página

do candidato do PSL, registrado durante o fim de semana, está mais uma vez relacionado a transmissões ao vivo feitas por Bolsonaro. Foram duas, uma na véspera da eleição e outra após a divulgação do resultado das urnas.

Já o engajamento na página de Haddad cresceu de modo mais significativo na segunda (09), dia em que o candidato postou diversos vídeos e materiais de campanha, além de mensagens de apoio de outras personalidades públicas. Desde então, o volume de reações, compartilhamentos e comentários nas páginas dos dois candidatos tem se aproximado, apesar da ainda grande diferença entre as bases de seguidores de cada um na rede: Bolsonaro tinha, na quarta-feira (10), 7,38 milhões de fãs, enquanto Haddad tinha 1,18 milhão.

Vale destacar também que, nos últimos sete dias, o petista ganhou cerca de 524 mil seguidores, crescimento de 1.400%, na comparação com o volume de novos fãs conquistados na semana anterior. Bolsonaro, por sua vez, ganhou 581 mil novas curtidas em sua página, 76% a mais do que o volume de novos seguidores nos sete dias anteriores.

Engajamento nas páginas os presidentiáveis - 04.out a 10.out



1.5 A repercussão de notícias

Notícias a respeito dos dois candidatos que disputam a Presidência somaram, entre 04 e 10 de outubro, quase 78 milhões de interações (em 26,1 mil links) no Facebook e no Twitter – entre curtidas, comentários e compartilhamentos. O volume é cerca de 50% superior ao registrado na semana anterior sobre os 13 candidatos que disputavam o primeiro turno.

Engajamento das notícias sobre Bolsonaro e Haddad no Facebook e no Twitter – 04.out a 10.out

Candidato	Links	Engajamento		
		Facebook	Twitter	Total
Bolsonaro	16.755	52.251.252	830.763	53.082.015
Haddad	9.388	24.506.747	367.123	24.873.870
Total	26.143	76.757.999	1.197.886	77.955.885

Fonte: Facebook e Twitter | Elaboração: FGV DAPP

O pico de engajamento das notícias a respeito de Bolsonaro foi no domingo (07), dia da votação, com **13,4 milhões de interações (3,1 mil links)**; enquanto que o das notícias sobre Haddad aconteceu no dia seguinte, com **5,8 milhões de interações (1,7 mil links)**.

Das cinco notícias sobre cada um dos dois candidatos com maior engajamento nas redes sociais, a primeira a respeito de Bolsonaro fala, em tom crítico, de um [possível apoio de João Amoêdo a ele](#) – com **1.520.095 interações no Facebook (sem interações no Twitter)**; e a primeira sobre Haddad trata da sua [proposta de realizar debates onde Bolsonaro estivesse internado](#) – foram **545.656 e 6.918 interações no Facebook e no Twitter, respectivamente**.

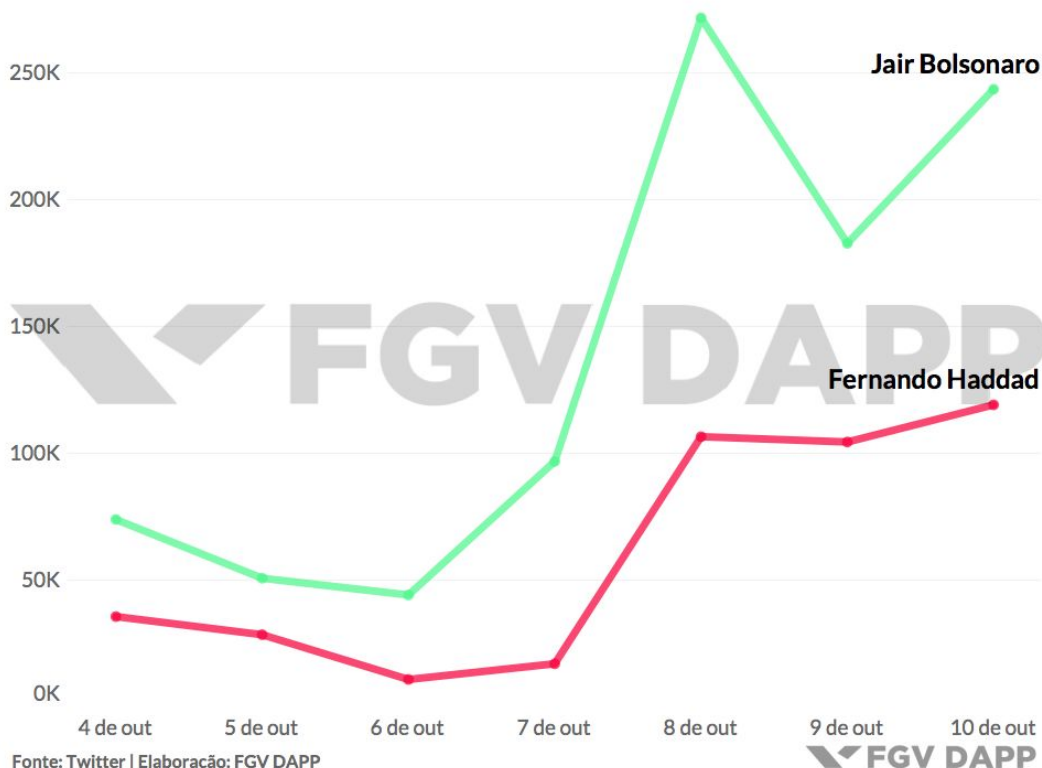
2. O debate econômico

O resultado do primeiro turno da eleição gerou um pico de menções no Twitter sobre economia no dia 08 de outubro para os dois candidatos que passaram para o segundo turno: Jair Bolsonaro e Fernando Haddad. De forma geral, o debate apresentou um volume de menções superior ao da semana passada, tendo como **foco das discussões o programa Bolsa Família**.

Por um lado, houve manifestações críticas às posições consideradas contraditórias do candidato do PSL, que já se colocou contrário ao programa e vinha destacando supostas fraudes envolvendo o benefício, mas sugeriu, junto com seu vice, general Hamilton Mourão, a criação de um décimo terceiro para o programa. Vários perfis associaram a mudança de posição a uma possível estratégia para atrair votos na região Nordeste, onde o candidato teve um desempenho pouco expressivo no primeiro turno.

Parte das críticas à mudança de posição de Bolsonaro foi mobilizada pelo adversário nas urnas, Fernando Haddad. No entanto, o PT também foi alvo de críticas por, segundo os usuários, ter propagando nas eleições de 2014 que outros candidatos iriam descontinuar o programa caso fossem eleitos.

Evolução de menções no Twitter aos presidentiáveis no debate econômico - 04.out a 10.out



Outro assunto que mobilizou fortemente as redes sociais neste período foi a reação do mercado financeiro ao cenário eleitoral. A discussão aborda especialmente a mudança de reação do mercado, que foi positiva imediatamente após o resultado do primeiro turno, e negativa depois que Bolsonaro falou sobre a possibilidade de limitar privatizações na área energética e levantou dúvidas sobre a Reforma da Previdência, criando embates internos com o seu coordenador econômico, Paulo Guedes.

Em termos de propostas para a área econômica, o programa econômico do PSL foi criticado por ter semelhanças com a agenda implementada pelo presidente Michel Temer. Já o de Fernando Haddad foi compartilhado — especialmente as propostas de reforma tributária e bancária — juntamente com um discurso de que é necessário combater desigualdades.